

# Proposição de Projetos para o SRC&VB

O sumário de ideias que se segue foi elaborado para o Santos e Região Convention & Visitors Bureau, de forma a auxiliar no incremento das atividades que serão realizadas pela entidade no decorrer do ano de 2012.

## Justificativa:

- Carência da entidade por projetos criativos e funcionais;
  - Necessidade de aumentar sua visibilidade;
  - Adequação à titularidade de Utilidade Pública;
  - Incremento da credibilidade
  - Necessidades de adequação às novas linguagens e tendências tecnológicas
  - Modernização
- 

## Projeto de criação de Revista Virtual e digitalização dos informativos

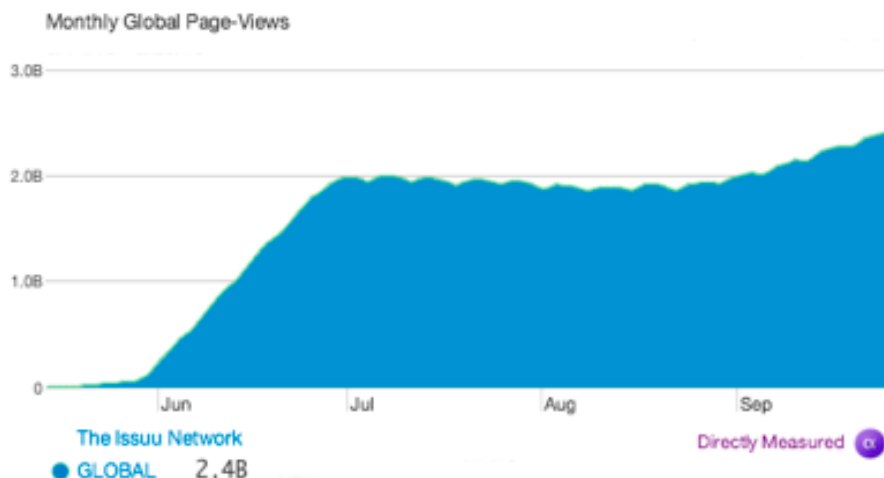
### Objetivos:

- divulgar as informações turísticas das nove cidades da Região Metropolitana da Baixada Santista;
- intensificar a fixação dos roteiros como destinos turísticos a nível nacional e internacional
- promover o fornecimento de informações relevantes dos referidos destinos ao turista em visita à Região;
- divulgar o trabalho realizado pelas empresas do *trade* que são associadas ao Bureau (hotéis, restaurantes, bares, etc.);
- realizar promoções de interesse do turista e que auxiliem na divulgação dos associados;

### O Modelo:

Muito se discute atualmente sobre o desenvolvimento de projetos voltados ao Turismo, porém focados na Sustentabilidade. A criação de uma revista virtual possibilitaria a inserção do SRC&VB no mercado editorial de maneira não impactante ao meio ambiente. Assim, ela existiria somente no ambiente digital, não envolvendo a impressão em papel, o que também reduziria custos com gráficas e periféricos.

Uma forma simples e eficiente - e que ganha cada vez mais adeptos em todas as partes do Globo - é, sem dúvida, a utilização de plataformas de publicação online, como a oferecida pelo ISSUU ([www.issuu.com](http://www.issuu.com)). Leve, fácil de utilizar e com uma ferramenta apropriada de leitura online, ela é a plataforma líder de mercado no Mundo, com 2,4 bilhões de acessos mensais e mais de 33 milhões de leitores e 250 mil novas publicações a cada mês (ver quadro).



A plataforma é gratuita e ainda oferece uma condição PRO de publicação, com um número maior de ferramentas e opções de edição para o editor mais exigente. O custo, no caso dessa escolha, seria de de US\$ 19 por mês, ou seja, por menos de R\$ 40,00 mensais.

### Diagramação e design:

Em fase de pesquisa de informativos e revistas de outros Conventions Bureaux e de publicações genéricas voltadas ao *trade*, para elaboração de um *benchmarking* onde poderemos avaliar formatos de acordo com nosso público e nossas necessidades.

### Periodicidade:

Pode ser trimestral e conter as informações de maior relevância do Bureau, incluindo as publicadas ao longo das semanas no Bureau Urgente e ConventiOnline, e também novas informações referentes aos nossos associados.

### Digitalização dos informativos existentes:

Este projeto pode ser estendido aos demais informativos já existentes. Assim, no caso do Bureau Urgente, por exemplo, ao invés de dispararmos uma imagem longa e cheia de textos, o que prejudica a leitura, podemos criar uma edição nos moldes de um informativo e disparar para o mailing uma imagem contendo um resumo da edição, com uma matéria abrindo e outras três menores abaixo. Todas com um "Leia mais" fechando o texto. Ao clicar na imagem, imediatamente o usuário é levado para a página do informativo no ISSUU e poderá ler com conforto todas as notícias selecionadas.

### Arquivo e memória:

Com a digitalização dos documentos, imediatamente é gerada uma biblioteca virtual, que pode armazenar uma quantidade infinita de publicações disponíveis ao público, separadas por data de publicação. Os documentos e a biblioteca podem ser compartilhados nas redes sociais, inseridos em sites e blogs, além de poderem ser enviados por email e baixados para o computador do usuário.

# Projeto de desenvolvimento de aplicativo para dispositivos móveis

## Apresentação

Criado em 08 de abril de 2002, o Santos e Região Convention & Visitors Bureau (SRCVB) é uma entidade sem fins lucrativos, formada a partir da união de esforços da iniciativa privada, poder público e entidades de classe. Tem sede na cidade de Santos, em São Paulo, mas sua área de atuação abrange nove cidades: Bertioga, Cubatão, Guarujá, Itanhaém, Mongaguá, Peruíbe, Praia Grande, Santos e São Vicente.



Sua principal função é divulgar a região como destino para turismo de negócios e lazer, auxiliar na captação e realização de eventos técnico-científicos, incrementar as redes hoteleira e gastronômica, possibilitar a qualificação e a capacitação de empresários e trabalhadores do setor, além de desenvolver projetos em prol do desenvolvimento turístico da região.

Tendo em vista sua estratégica área de atuação nos municípios, torna-se evidente que a entidade precisa estar atualizada com as metodologias e tecnologias em curso, acompanhando o surgimento de novas mídias e adaptando-se para manter seu lugar de destaque no *trading* turístico regional, nacional e internacional.

Com o advento da Internet, a Globalização deixou de ser uma utopia para tornar-se um fato incontestável. As tecnologias disponíveis tornaram possível a obtenção de informações, fotos, vídeos e mapas sobre destinos turísticos antes mesmo de se viajar para esses locais, calculando-se custos e programando-se passeios e hospedagem. Munido de um computador ou laptop, o turista conseguia acesso a uma mídia veloz, eficiente e completa e derrubava as barreiras entre os países, no que tange à informação.

Até então, o site do SRCVB na Internet cumpria de forma eficaz a função de informar o visitante sobre o destino escolhido, agregando fotos, notícias e agendas regionais de festas,



congressos e feiras. Além de fornecer dados sobre alguns dos mais conhecidos equipamentos turísticos localizados nas cidades parceiras.

Hoje, porém, à velocidade de acesso à informação, tornou-se indispensável agregar a portabilidade. A evolução tecnológica percebida nos últimos cinco anos tornou possível o acesso a esse cabedal infinito de informações que é a Internet de forma remota, através do uso de *smartphones* e outros dispositivos móveis. Assim, o visitante em trânsito passou a contar com a possibilidade de obter dados sobre o destino turístico não somente antes da partida, mas também durante toda a viagem.

Todavia, muitos países, incluindo o Brasil, ainda não possuem redes de banda larga eficientes ou suficientes para o uso em larga escala e tampouco os sites foram construídos levando em consideração o acesso via

dispositivos móveis. Sendo assim, muitas páginas simplesmente não carregam ou carregam parcialmente, tornando a navegação mais difícil. Além disso, o número de estabelecimentos com conexão sem fio no Brasil ainda é muito pequeno, assim como o número de usuários com condições de bancar os altos custos de uma conexão móvel via 3G.

Pensando na necessidade do empresário, do turista ou até mesmo do estudante em obter informações de forma ainda mais veloz e de maneira remota, empresas como a Apple e o Google passaram a desenvolver aparelhos e aplicativos que pudessem suprir essas necessidades e que também pudessem ser utilizados de forma *offline*, ou seja, sem que fosse preciso ter conexão imediata e contínua à rede. Outro objetivo era a criação de um equipamento que pudesse acessar a rede e os *softwares* sem a necessidade de utilização de um teclado físico ou de um mouse.

Lançado em 2007, o iPhone foi apresentado como uma evolução do iPod e foi o primeiro aparelho a reunir, num só produto, todas essas características. Portátil, com navegador, editor de texto, agenda, e uma série de aplicativos que prometiam tornar a navegação, o trabalho, o estudo e a diversão do usuário ainda mais diversa, rápida e eficaz. Sua tela *touchscreen* revolucionou o mundo da Informática, pois era a primeira vez que o usuário de computadores teria acesso aos comandos de seu equipamento utilizando apenas as pontas dos dedos. O teclado físico desapareceu e um virtual tomou o seu lugar, diretamente na tela do aparelho.

A novidade tornou-se uma febre. Em pouco tempo, empresas como a Microsoft, a Samsung e o Google, com seu sistema Android, lançavam no mercado *smartphones* com telas *touchscreen*. E o avanço não parou por aí. Em 2010, a Apple inaugurou o mercado de *tablets* com o lançamento do iPad. Contando com uma tela *touchscreen* de 10 polegadas, o aparelho foi considerado como a maior invenção tecnológica desde a criação do mouse. Que, ironicamente, havia sido inventado pela própria Apple.

Hoje, quatro anos depois do lançamento do primeiro aparelho com iOS, o sistema operacional da Apple para dispositivos móveis, os números informados pela empresa impressionam. Foram mais de 225 milhões de contas criadas na iTunes Store, 130 milhões de títulos comercializados no iBookstore, 200 milhões de dispositivos iOS e 25 milhões de iPads em todo o mundo.



Mais de 14 bilhões de aplicativos foram comercializados até o momento na App Store, gerando uma receita de 2,5 bilhões de dólares para os desenvolvedores. É como se cada habitante do planeta tivesse baixado ao menos dois aplicativos da loja virtual da Apple. Atualmente, a App Store oferece mais de 425 mil aplicativos para uso geral (iPhone, iPod touch e iPad) e 90 mil exclusivos para iPad.

## A proposta

Visando oferecer ao visitante uma agilidade maior no acesso às informações turísticas dos municípios da Região, além da portabilidade exigida nos dias de hoje, o aplicativo para dispositivos móveis do Santos e Região Convention & Visitors Bureau será o primeiro da Região, segundo do Estado e terceiro do País a brindar os turistas com informações sobre as atividades artísticas, culturais e técnico-científicas dos municípios atendidos pelo CVB. Além de servir como um guia de hospedagem, gastronomia e negócios.

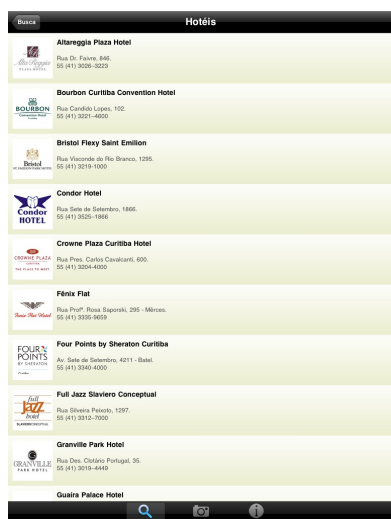
O lançamento do aplicativo coincidirá com as comemorações dos 10 anos de fundação do SRCVB, marcando assim o final do primeiro decênio de atividades e projetando sua imagem para os próximos dez anos como entidade preocupada com a conectividade e a portabilidade dos visitantes, órgãos e estabelecimentos aos quais atende.

Por isso, a aplicação será integrada com o serviço Google Maps, que informará ao turista a localização geográfica de cada ponto turístico ou estabelecimento desejado. Com a

possibilidade adicional de o aplicativo traçar uma rota, utilizando o GPS nativo do Google Maps, entre a localização atual do visitante e o seu destino. Para isso, basta o dispositivo estar conectado à Internet.

Outra integração importante será a do aplicativo com as redes sociais. Orkut, Facebook, Twitter e Google +, consideradas as mais importantes do Mundo, estarão relacionadas. Assim, o visitante pode compartilhar as informações, fotos e vídeos fornecidas pelo aplicativo com seus amigos, parentes e colaboradores.

Para tornar o acesso e a navegação mais simples para o usuário, o aplicativo deverá conter informações relevantes, subdivididas por grupos de interesse e, se possível, ilustradas com fotos e/ou vídeos. Após pesquisa realizada em aplicativos de Conventions Bureaux de outros países, concluímos que os principais tópicos explorados são:



- Passeios
- Atrações
- História das cidades
- Praias
- Hotéis
- Gastronomia
- Compras
- Negócios e eventos
- Galeria de fotos e vídeos
- Agências
- Transportes
- Informações úteis

Ao clicar no aplicativo, o usuário é levado a uma tela inicial, desejando-lhe boas vindas e que conterá um ícone (pode ser o símbolo do SRCVB). Clicando nele, o usuário

é conduzido a uma tela contendo pequenas fotos (thumbnails) e os respectivos nomes de cada



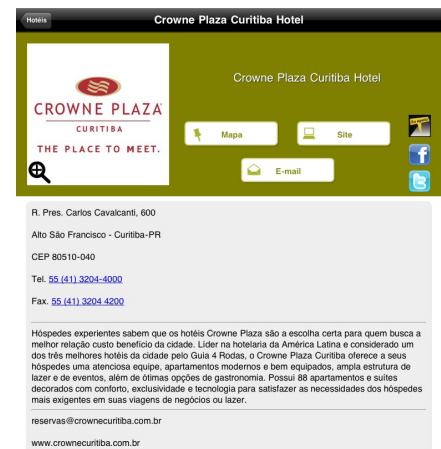
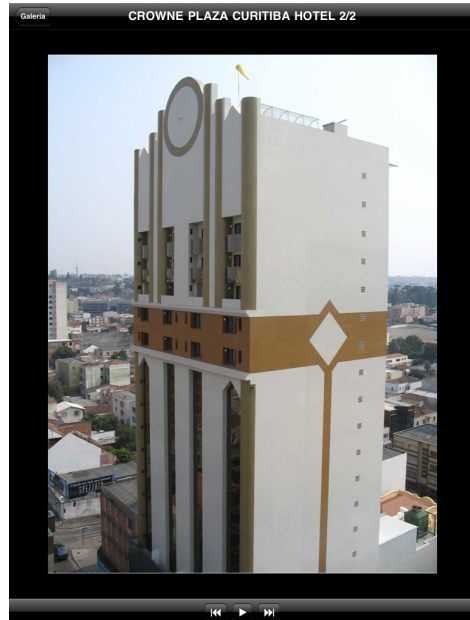
uma das nove cidades da Baixada Santista. Dessa maneira, ele pode selecionar de imediato a cidade sobre a qual ele deseja obter informações.

Escolhendo o município, ele é então conduzido para uma tela contendo os tópicos acima mencionados e seus respectivos ícones. Por exemplo, escolhendo Santos e clicando em seguida em Hotéis, uma nova tela se abre, com uma lista completa de todos os hotéis da cidade. Ao escolher um deles, outra tela se abre, onde o visitante poderá checar as informações do estabelecimento, visualizar fotos, encontrar a localização geográfica no mapa e ainda compartilhar as informações com amigos e colaboradores nas redes sociais. Se o estabelecimento possuir site, o usuário pode clicar em um link e o browser nativo para o iOS, o Safari, abrirá numa nova janela, sem necessidade de fechar a aplicação. A navegação é toda feita dentro do aplicativo, o que otimiza sobremaneira o processo.

Para tornar o aplicativo mais "leve", ou seja, com uma quantidade menor de bytes, apenas as fotos principais da navegação podem estar incluídas para visualização offline. Já a seção Galeria, contendo fotos e vídeos diversos das atrações de cada município, pode estar "linkada" a sites de armazenamento e compartilhamento de imagens e vídeos, como o Flickr, o PICASA, o Panoramio e o YouTube.

## Status:

Aguardando definição do patrocínio.



# Projeto Ciranda do Turismo



## Apresentação:

O projeto Ciranda do Turismo foi elaborado pensando na necessidade do *trade* em compreender e empregar o princípio da colaboração na busca pela excelência dos serviços do turismo receptivo local oferecidos aos visitantes. Não é surpresa para os representantes do *trade* a dificuldade que ainda existe no setor em unir seus representantes de forma harmoniosa em torno da realização voltada em prol do coletivo. E o reflexo disso nas resoluções de seu corpo gerencial e operacional se manifesta de formas variadas:

- Hotéis se recusam a prestar informações sobre suas listas de controle de hospedagem, temendo a concorrência.
- Organizadores de eventos não informam volume de participantes, temendo a concorrência.
- Baixa participação em palestras e reuniões que tratam do turismo receptivo na Baixada Santista.
- Municípios criam barreiras políticas, dificultando a realização de projetos metropolitanos.
- Ongs do setor não promovem discussões e campanhas que possam efetivamente contribuir para a o fomento das atividades turísticas da Região.
- Imprensa encontra dificuldade para obter informações precisas.

Que fique claro que a intenção deste projeto não é apontar culpados ou responsáveis por esse comportamento. Mas, pelo contrário, propor uma reflexão de cada um dos representantes do *trade*, nas mais diversas esferas de atuação, de sua real importância para cada um dos outros membros. E sobre como cada um poria contribuir, de forma voluntária e cooperativa, para o melhor funcionamento possível das relações humanas e de negócios que se desenvolvem por meio delas.

Recentemente, jornais e revistas respeitadas ao redor do Globo publicaram artigos sobre o surgimento de uma nova teoria, chamada “sobrevivência do mais gentil”. Entre as publicações, destacam-se a Scientific American e a Seleções. A teoria diz que foi graças à gentileza que a espécie humana prosperou.

O professor Sam Bowles, do Instituto Santa Fé, nos Estados Unidos, analisou sociedades antigas e verificou que a gentileza era componente fundamental da sobrevivência das comunidades. “Grupos com muitos altruístas tendem a sobreviver”, diz ele. “Os altruístas cooperam e contribuem para o bem-estar dos outros integrantes da comunidade.”



Isto quer dizer que temos em nós a capacidade de ajudar os outros, principalmente os que nos são próximos, a fim de garantir nossa sobrevivência (vide arquivo em anexo).

Ao ler o artigo conclui-se que há uma lacuna a ser preenchida na teoria de Charles Darwin, que estudou as diversas espécies vegetais e animais do Planeta, em busca de pistas sobre a sua evolução. Ele chegou à conclusão que os animais competem entre si na obtenção de poder sobre o outro garantindo, assim, sua sobrevivência. E isso é a mais pura verdade quando se fala dos reinos da Natureza, onde os seres agem pelo instinto que lhes foi implantado por meio do código genético. Porém, quando se trata de humanos, que é um animal complexo dotado de



consciência, a Ciência enfim descobre que não há chances de sobrevivermos como raça humana sem a chancela da cooperação mútua.

E este ensinamento encaixa-se perfeitamente nas iniciativas que envolvem o trabalho do setor de Turismo. Pois que, nos primórdios da humanidade, o viajante que se encontrava em terras estranhas e batia à porta de alguém, era recebido com honrarias e considerado como parte da família durante sua estadia. Ainda hoje esse costume é observado entre os povos mongóis, tibetanos, indígenas e outros grupos aborígenes.

### **Ações possíveis:**

O Projeto Ciranda do Turismo se fará valer de seminários, palestras e campanhas que informem e estimulem os representantes do trade a desenvolver ações que possam expressar-se no trabalho cooperativo.

Exemplo de seminário. Primeira ideia

- interativo
- aberto ao público
- participantes sentados em círculo

Palestrantes:

- um cientista de destaque na área da Biologia, para falar sobre o desenvolvimento harmônico das células.
- um cientista na área de Humanas, sociólogo ou antropólogo, que possa fazer o link entre a explicação do Biólogo e sua conectividade com as teorias do comportamento humano em sociedade. Ou seja, que possa explicar como os efeitos de uma célula que se destaca do todo, e vira uma célula cancerígena e nociva, pode ser diretamente aplicado nas experiências sociais antropológicas. Quando o membro de um grupo se isola e ameaça prejudicar o sistema de relacionamento entre os demais.
- um cientista no setor de Turismo, que possa fazer o link entre as explicações anteriores com o dia-a-dia dos profissionais da área, suas relações com o trade e expectativas.

O objetivo é revelar a todos que as sociedades humanas seguem os padrões observados na Natureza e que, se para a célula de um corpo a salvação do todo é unir-se às demais para garantir seu bom funcionamento, a teoria não seria diferente se aplicada a um corpo organizacional, a uma entidade ou grupo. Dessa maneira, o seminário poderia propor uma reflexão aos participantes sobre seu pensamento e forma de ação atuais e levá-lo a pensar sobre o que ele poderia propor como sugestão para melhorar as relações e a troca de experiências em seu grupo e entre seu grupo e os demais. Ao final, uma carta poderia ser redigida com intenções anotadas de sugestões dos participantes e se tornar um documento que pode ser encaminhado a todo o trade.

### **Desenvolvimento:**

O desenvolvimento deste projeto dependerá da colaboração de todos os envolvidos, pois não poderia ser diferente. Ele se desenvolverá baseado na coleta de sugestões e ideias, formando um plano de ações que será de todos e para todos. E o Bureau poderá ser o polarizador desse gesto agregador.

# Projeto Gibi sobre Room Tax

## **Apresentação:**

É do conhecimento de todos a dificuldade que o Bureau vem enfrentando com a questão do Room Tax. Após acompanhar algumas reuniões para treinamento de recepcionistas, é fácil perceber que as informações técnicas não encontram eco na compreensão dos funcionários de hotéis, entre eles até mesmo alguns gerentes. Após uma pesquisa sobre a experiência de outros Conventions Bureaux, surgiu a ideia de criarmos um gibi, ricamente ilustrado, e que pudesse explicar de forma simples e pictórica a importância da Room Tax.

## **O artista:**

Por se tratar de um veículo de circulação regional, a opção foi escolher alguém conhecido na Região, que contasse com a simpatia da população e que já tivesse trabalhos publicados por aqui. Surgiu então a oportunidade de contatar o ilustrador Seri, renomadamente conhecido por conta de suas tirinhas e charges publicadas ao longo de mais de 10 anos nas páginas do Jornal A Tribuna. Ele aceitou o desafio e bolou o modelo de um gibi com ilustrações que chamam a atenção do público adulto, que pode ser apreciado em anexo.

## **A distribuição:**

Hotéis, taxis, rodoviárias, restaurantes, shopping centers, lojas, etc. Como o texto é focado na explicação para os turistas sobre o que é a Room Tax e seus benefícios, o leque de opções de distribuição se amplia.

## **Status:**

Aguardando patrocínio ou apoio para os custos de impressão.

Mauricio Businari  
Assessor de Imprensa  
Santos e Região Convention & Visitors Bureau  
MTB 24.616  
Maio/2012